

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung merupakan bentuk pengembangan dan peningkatan serta pemantapan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung. Adapun STAIN Tulungagung merupakan kelanjutan dari Fakultas Tarbiyah Cabang IAIN Sunan Ampel. Bermula dari kesadaran para tokoh masyarakat dan ulama' Tulungagung akan arti penting pendidikan tinggi Islam, maka dihimpunlah para tokoh masyarakat, ulama' dan para sarjana yang peduli terhadap pembinaan umat, di antaranya :

1. KH. Arief Mustaqiem DA., (Tulungagung)
2. Drs. Ali Mahfud Mashuri (Semarang Jawa Tengah)
3. Drs. Abdul Fatah Ghozali (Bandung Jawa Barat)
4. Soetahar, MA. (Tulungagung)
5. Hj. Sunsufi Arief, BA. (Isteri KH. Arief Mustaqiem DA., Tulungagung)
6. Drs. Murtadho (Tulungagung)
7. Drs. Subari Hasan,
8. Drs. Nurul Hadi
9. Masrifah, B.Sc.
10. H. Mahmud, BA.
11. Drs. Habib.

Selain nama-nama di atas, pendiri yang terlibat dalam pendirian SP IAI Singoleksono memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berdirinya IAIN adalah KH. Oesman Mansur (Malang) dan Bukhori, L.AS. (Malang).

Pada 1968, bertepatan dengan diberikannya kewenangan dari IAIN Sunan Ampel Surabaya untuk membuka fakultas daerah (di luar induk), usaha para pendiri membuahkan hasil dengan disetujuinya pendirian perguruan tinggi negeri setingkat fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Cabang Tulungagung. Setelah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Cabang Tulungagung dan setelah mendapatkan izin dari Pemerintah Daerah Panglima Penguasa Perang (sekarang KODIM) dan Kapolres. Sebelumnya letak kampus berpindah-pindah. Pada tahun 1982 para pengelola mempertimbangkan lokasi baru dan dipilihlah tanah di Jalan Mayor Sujadi Timur tepatnya di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung sebagai tempat pengembangan kampus.

Institut Agama Islam Negeri Tulungagung memiliki empat fakultas yang terdiri dari 33 program studi S1, 10 program studi Pascasarjana Magister (S2), dan 2 program studi Program Doktor (S3), yaitu :

- 1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 2) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
- 3) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
- 4) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung merupakan unit organisasi di lingkungan Kementerian Agama yang dipimpin oleh Rektor

dan bertanggungjawab kepada Menteri Agama. Secara fungsional pembinaannya dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung berdasarkan Islam dan berasaskan Pancasila.<sup>1</sup>

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

### 1. Deskripsi responden berdasarkan fakultas

Adapun data mengenai fakultas mahasiswi IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Fakultas Responden**

No	Fakultas	Frekuensi
1	FEBI	51
2	FTIK	41
3	FASIH	2
4	FUAD	6
<b>Total</b>	100	100

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebanyak 51 orang. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) sebanyak 41 orang. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH) sebanyak 2 orang dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) sebanyak 6 orang.

---

<sup>1</sup> Tim penyusun Buku pedoman penyelenggaraan pendidikan, *Buku Pedoman*, (Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018), hal. 1-5

## 2. Deskripsi responden berdasarkan semester

Berdasarkan hasil penelitian, adapun data mengenai tingkat semester mahasiswi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Tingkat Semester Responden**

No	Semester	Frekuensi
1	2	23
2	4	11
3	6	8
4	8	58
<b>Total</b>	100	100

Dari hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.2 bahwa mayoritas responden adalah semester delapan dengan jumlah 58 orang atau 58%

## 3. Deskripsi responden berdasarkan usia

Hasil penelitian data mengenai usia responden sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Usia Responden**

No	Usia	Frekuensi
1	17 – 19 tahun	17
2	20 – 22 tahun	73
3	$\geq 23$ tahun	10
<b>Total</b>	100	100

Dari hasil penelitian pada tabel 4.3 didapat bahwa usia responden yang paling banyak adalah berusia 20-22 tahun dengan jumlah 73 orang.

## C. Analisis Data

### 1. Hasil Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan pada 30 orang guna untuk mengukur ketepatan dan kehandalan instrumen.

#### a. Uji Validitas

Adapun hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Beauty Vlogger (X1)	X1.1	0,645	0,361	Valid
	X1.2	0,630	0,361	Valid
	X1.3	0,644	0,361	Valid
	X1.4	0,521	0,361	Valid
	X1.5	0,852	0,361	Valid
	X1.6	0,866	0,361	Valid
	X1.7	0,772	0,361	Valid
	X1.8	0,861	0,361	Valid
Brand Image (X2)	X2.1	0,549	0,361	Valid
	X2.2	0,546	0,361	Valid
	X2.3	0,715	0,361	Valid
	X2.4	0,806	0,361	Valid
	X2.5	0,796	0,361	Valid
	X2.6	0,709	0,361	Valid
	X2.7	0,722	0,361	Valid
	X2.8	0,574	0,361	Valid
Iklan (X3)	X3.1	0,799	0,361	Valid
	X3.2	0,875	0,361	Valid
	X3.3	0,806	0,361	Valid
	X3.4	0,795	0,361	Valid
	X3.5	0,749	0,361	Valid
	X3.6	0,651	0,361	Valid
Labelisasi Halal (X4)	X4.1	0,828	0,361	Valid
	X4.2	0,780	0,361	Valid
	X4.3	0,732	0,361	Valid
	X4.4	0,879	0,361	Valid
	X4.5	0,878	0,361	Valid
	X4.6	0,839	0,361	Valid
	X4.7	0,915	0,361	Valid
	X4.8	0,903	0,361	Valid

Keputusan Beli Konsumen (Y)	Y1.1	0,775	0,361	Valid
	Y1.2	0,754	0,361	Valid
	Y1.3	0,808	0,361	Valid
	Y1.4	0,816	0,361	Valid
	Y1.5	0,720	0,361	Valid
	Y1.6	0,771	0,361	Valid
	Y1.7	0,561	0,361	Valid
	Y1.8	0,790	0,361	Valid
	Y1.9	0,466	0,361	Valid
	Y1.10	0,816	0,361	Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Tabel 4.4 menunjukkan semua item pernyataan yang digunakan adalah valid dengan nilai r terendah adalah 0,466.

#### b. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan uji reliabilitas ditampilkan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Alpha Cronbach</i></b>	<b>Keterangan</b>
Beauty Vlogger (X1)	0,740	Reliabel
Brand Image (X2)	0,800	Reliabel
Iklan (X3)	0,761	Reliabel
Labelisasi Halal (X4)	0,806	Sangat Reliabel
Keputusan Beli (Y)	0,761	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa seluruh instrument pada setiap variabel adalah reliabel dengan nilai Alpha Cronbach terendah sebesar 0,740.

## **2. Analisis Deskriptif**

Dibawah ini pemaparan hasil analisis deskriptif dari jawaban responden yang telah diperoleh adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Jawaban Responden**

Item	Frekuensi Jawaban					Rata-Rata
	5	4	3	2	1	
BV.1a	15	79	6	0	0	4,09
BV.1b	31	42	24	3	0	4,01
BV.2a	33	49	18	0	0	4,15
BV.2b	39	53	8	0	0	4,31
BV.3a	26	54	20	0	0	4,06
BV.3b	35	49	13	3	0	4,16
BV.4a	26	41	27	5	1	3,86
BV.4b	37	40	22	1	0	4,13
BI.1a	33	46	15	4	2	4,04
BI.1b	36	54	10	0	0	4,26
BI.2a	31	46	15	5	3	3,97
BI.2b	44	44	10	2	0	4,3
BI.3a	40	37	19	3	1	4,12
BI.3b	38	43	19	0	0	4,19
BI.4a	43	41	15	1	0	4,26
BI.4b	47	43	10	0	0	4,37
Ikl.1a	30	56	12	2	0	4,14
Ikl.1b	27	50	21	1	1	4,01
Ikl.2a	29	42	28	0	1	3,98
Ikl.2b	36	55	8	1	0	4,26
Ikl.3a	22	42	30	5	1	3,79
Ikl.3b	22	39	30	7	2	3,72
LH.1a	69	27	4	0	0	4,65
LH.1b	67	27	6	0	0	4,61
LH.2a	57	34	9	0	0	4,48
LH.2b	64	33	3	0	0	4,61
LH.3a	49	40	11	0	0	4,38
LH.3b	49	38	12	1	0	4,35
LH.4a	59	34	7	0	0	4,52
LH.4b	55	38	7	0	0	4,48
Kep.1a	54	37	9	0	0	4,45
Kep.1b	38	47	8	7	0	4,16
Kep.2a	37	43	14	4	2	4,09
Kep.2b	56	38	5	1	0	4,49
Kep.3a	69	26	5	0	0	4,64
Kep.3b	44	37	16	3	0	4,22
Kep.4a	24	34	27	12	3	3,64
Kep.4b	43	46	8	2	1	4,28
Kep.5a	53	38	9	0	0	4,44
Kep.5b	35	44	21	0	0	4,14
Jumlah	1642	1706	561	73	18	4,3
	4000					

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebanyak 41% responden memilih kategori 5 (sangat setuju), 43% memilih kategori 4 (setuju), 14% memilih kategori 3 (ragu-ragu), 1,5% memilih kategori 2 (tidak setuju), dan kategori 1 (sangat tidak setuju) hanya dipilih 0,5% saja. kategori yang paling banyak dipilih responden adalah 5 (sangat setuju) dan 4 (setuju).

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Normalitas Residual

Berikut ini hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov:

**Tabel 4.7**

#### Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,75704649
	Absolute	,076
Most Extreme Differences	Positive	,056
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		,755
Asymp. Sig. (2-tailed)		,619

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 21.0

$H_0$  : residual berdistribusi normal

$H_1$  : residual tidak berdistribusi normal



Tabel 4.7 menunjukkan nilai Asymp. Sig = 0,619 > 0,05 sehingga  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Berikut ini hasil dari perhitungan uji multikolinearitas yang disajikan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.8**

#### Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	VIF	Keputusan
1.	Beauty Vlogger	1,775	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
2.	Brand Image	1,533	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
3.	Iklan	2,002	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
4.	Labelisasi Halal	1,370	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.8 menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari < 10, maka artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas pada keseluruhan variabel.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini hasil dari pengujian heteroskedastisitas pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.9**

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,009	2,503		3,199	,002
Beauty Vlogger (X1)	-,047	,079	-,074	-,597	,552
Brand Image (X2)	-,080	,064	-,145	-1,255	,212
Iklan (X3)	-,225	,091	-,325	-2,464	,016
Labelisasi Halal (X4)	,120	,070	,188	1,723	,088
a. Dependent Variable: Abs_RES					

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa terdapat heteroskedastisitas pada variabel X3 dikarenakan nilai sig kurang dari 0,05. Untuk mengatasi masalah tersebut digunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Hasilnya pada tabel 4.10 dibawah ini.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji dengan Rank Spearman**

Correlations						
			Beauty Vlogger (X1)	Brand Image (X2)	Iklan (X3)	Labelisasi Halal (X4)
Spearman's rho	Beauty Vlogger (X1)	Correlation Coefficient	1,000	,469**	,623*	,415**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	100	100	100	100
	Brand Image (X2)	Correlation Coefficient	,469**	1,000	,589*	,375**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	100	100	100	100
	Iklan (X3)	Correlation Coefficient	,623**	,589**	1,000	,458**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	100	100	100	100

	Labelisasi Halal (X4)	Correlation Coefficient	,415**	,375**	,458*	1,000	,048
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,636
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,002	,023	-,011	,048	1,000
		Sig. (2-tailed)	,982	,824	,915	,636	.
		N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa variabel yang diuji sudah tidak mengandung heteroskedastisitas karena nilai sig lebih besar dari 0,05.

#### d. Uji Autokorelasi

Berikut ini hasil perhitungan uji Autokorelasi yang disajikan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.11**

#### **Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,696 <sup>a</sup>	,484	,462	3,83533	2,030

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal (X4), Brand Image (X2), Beauty Vlogger (X1), Iklan (X3)

b. Dependent Variable: Keputusan Beli (Y)

Sumber: data primer yang diolah dengan spss 21.0

Berdasarkan tabel 4.11, nilai Durbin-Watson sebesar 2,030. Jika  $dU < DW < 4-dU$  maka diterima yang artinya tidak terjadi autokorelasi, yangmana  $dU = 1,5922$ ,  $DW=2,030$ ,  $4-dU=2,4078$ .

Karena  $dU = 1,5922 < 2,030 < 2,4078 = 4-dU$ , maka kesimpulannya tidak terdapat autokorelasi.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.12**

#### **Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,363	4,104		2,038	,044
Beauty Vlogger (X1)	,232	,129	,177	1,802	,075
Brand Image (X2)	,228	,104	,200	2,186	,031
Iklan (X3)	,478	,149	,333	3,196	,002
Labelisasi Halal (X4)	,209	,115	,157	1,823	,071

a. Dependent Variable: Keputusan Beli (Y)

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 21.0

Berdasarkan output pada tabel 4.12 diperoleh persamaan regresi berikut  $Y = 8,363 + 0,232 (X1) + 0,228 (X2) + 0,478 (X3) + 0,209 (X4)$ .

Dengan keterangan dari tabel adalah :

- Konstanta Y (Keputusan beli) sebesar 8,363 yang menyatakan bahwa apabila variabel beauty vlogger, brand image, iklan dan labelisasi halal bernilai konstan atau tetap maka keputusan beli akan meningkat sebesar 8,363%.
- Koefisien regresi X1 sebesar 0,232 menunjukkan bahwa apabila beauty vlogger ditingkatkan maka keputusan beli akan meningkat sebesar 0,232%.

- c) Koefisien regresi X2 sebesar 0,228 menunjukkan bahwa apabila brand image ditingkatkan maka keputusan beli akan meningkat sebesar 0,228%.
- d) Koefisien regresi X3 sebesar 0,478 menunjukkan bahwa apabila iklan ditingkatkan maka keputusan beli akan meningkat sebesar 0,478%.
- e) Koefisien regresi X4 sebesar 0,209 menunjukkan bahwa apabila labelisasi halal ditingkatkan maka keputusan beli akan meningkat sebesar 0,209%.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Uji Parsial)

**Tabel 4.13**

#### Uji T

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,363	4,104		2,038	,044
Beauty Vlogger (X1)	,232	,129	,177	1,802	,075
Brand Image (X2)	,228	,104	,200	2,186	,031
Iklan (X3)	,478	,149	,333	3,196	,002
Labelisasi Halal (X4)	,209	,115	,157	1,823	,071

a. Dependent Variable: Keputusan Beli (Y)

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 21.0

#### a) Variabel Beauty Vlogger (X1)

Karena nilai  $sig = 0,075 > 0,05 = \alpha$  dan  $t_{hitung} = 1,802 < 1,985$

$= t_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti variabel

beauty vlogger tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kecantikan.

b) Variabel Brand Image (X2)

Karena nilai  $sig = 0,031 < 0,05 = \alpha$  dan  $t_{hitung} = 2,186 > 1,985 = t_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kecantikan.

c) Variabel Iklan (X3)

Karena nilai  $sig = 0,002 < 0,05 = \alpha$  dan  $t_{hitung} = 3,196 > 1,985 = t_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kecantikan.

d) Variabel Labelisasi Halal (X4)

Karena nilai  $sig = 0,071 > 0,05 = \alpha$  dan  $t_{hitung} = 1,823 < 1,985 = t_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti variabel labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kecantikan.

**b. Uji F (Uji Simultan)**

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.14**

**Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1309,326	4	327,331	22,253	,000 <sup>b</sup>

Residual	1397,424	95	14,710		
Total	2706,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Beli (Y)

b. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal (X4), Brand Image (X2), Beauty Vlogger (X1), Iklan (X3)

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 21.0

Karena nilai  $sig = 0,000 < 0,05 = \alpha$  dan  $F_{hitung} = 22,253 > 2,47 = F_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel beauty vlogger, brand image, iklan dan labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kecantikan.

## 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.15**

### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,696 <sup>a</sup>	,484	,462	3,835

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal (X4), Brand Image (X2), Beauty Vlogger (X1), Iklan (X3)

b. Dependent Variabel : Keputusan Beli (Y)

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 21.0

Tabel 4.15 menunjukkan nilai  $R^2$  adalah sebesar 0,484 yang berarti bahwa variasi keputusan beli produk kecantikan dapat dijelaskan oleh variabel beauty vlogger, brand image, iklan dan labelisasi halal sebesar 48,4% sedangkan sisanya sebesar 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model atau variabel dalam penelitian ini.